

## PENDAHULUAN

Kecantikan sudah menjadi bagian dari setiap individu, cantik sudah menjadi tuntutan yang harus terpenuhi. Meningkatnya keinginan seseorang untuk menjadi lebih cantik dan ideal dibuktikan dengan banyaknya orang yang mulai berbondong-bondong mengunjungi klinik kecantikan untuk mendapatkan bantuan profesional sehingga membuat dirinya menjadi lebih ideal menurut versinya sendiri. Tekanan yang ada untuk bisa bersaing atau beradaptasi dengan kemajuan standar kecantikan nyatanya tidak bisa dihindarkan, yang kemudian memunculkan solusi tersendiri bagi individu yang mengalami tekanan. Individu dituntut untuk memberikan yang terbaik dalam hal penampilan ataupun kecantikan, salah satu caranya adalah dengan mengunjungi klinik kecantikan.

Hal ini juga dibuktikan dengan banyak ditemukannya klinik kecantikan. Dari mulai klinik kecantikan biasa yang membandrol harga untuk masyarakat menengah kebawah hingga klinik kecantikan yang membandrol harga tinggi untuk masyarakat menengah ke atas. Bahkan sekarang ini bukan hanya kaum wanita saja yang melakukan perawatan di klinik kecantikan, kaum laki-laki juga mulai melakukan perawatan di klinik kecantikan. Saat ini sudah banyak klinik kecantikan yang dapat di temui, bahkan di pinggiran jalan sekalipun. Beberapa klinik kecantikan yang ada menawarkan berbagai macam fasilitas yang menarik bagi para konsumennya, tidak hanya kompetensi dokter kulit yang menjadi pertimbangan bagi konsumen, tetapi juga kecanggihan alat, harga yang sesuai, pelayanan oleh *frontliner* dan *beauty therapist*, ruang tunggu yang nyaman dan lain sebagainya menurut Ismail (dalam Murlianti, 2014) Tidak jarang klinik kecantikan juga menggunakan strategi bisnis untuk menarik konsumen salah satunya dengan menggunakan kupon gratis ataupun diskon *membership*. Hal ini

tentunya akan semakin menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa klinik kecantikan.

Kecantikan sudah menjadi aspek kehidupan manusia, termasuk penampilan. Masalah kecantikan menjadi perbincangan hangat dikalangan masyarakat. Standar kecantikan pun sudah bersifat pribadi. Bahkan tuntutan kecantikan menjadi standar bagi penerimaan kerja saat ini. Beberapa lowongan pekerjaan secara jelas menuliskan "*berpenampilan menarik*" sebagai syarat pelamar pekerjaan, khususnya perempuan. Keinginan seseorang untuk berpenampilan menarik cenderung mendorong seseorang untuk rela melakukan apapun demi mendapatkan kecantikan tersebut. Namun, tidak banyak wanita yang dilahirkan dalam kondisi ideal. Semakin sering seseorang membandingkan tubuhnya dengan tubuh lain maka akan menyebabkan rasa ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri menurut Tylka & Sabik (dalam Gunawan, 2012). Dengan banyaknya tuntutan yang ada setiap orang akan mencoba memenuhi kebutuhan dirinya, salah satu usaha yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan gambaran tubuh yang ideal, yaitu dengan mengunjungi salon dan klinik kecantikan. Dengan mengorbankan waktu dan materi yang terkadang diluar kemampuan diri untuk mencoba segala bentuk *treatment* agar dapat meningkatkan penampilan menjadi ideal.

Santrock (2003) mengatakan bahwa perhatian terhadap gambaran tubuh sangat kuat terjadi pada remaja yang berusia 12 hingga 18 tahun, baik pada remaja perempuan ataupun remaja laki-laki. Para remaja melakukan berbagai usaha agar mendapatkan gambaran bentuk tubuh yang ideal sehingga terlihat menarik, seperti berpakaian sesuai dengan bentuk tubuh atau menggunakan alat-alat kecantikan, namun usaha tersebut belum tentu memuaskan penampilan mereka. Penampilan

yang kurang menarik dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan diri dan akan menimbulkan masalah lain di lingkungan sosialnya. Seseorang akan mengalami banyak perubahan dalam hidupnya, baik fisik ataupun psikis. Perubahan ini akan menimbulkan respon yang berbeda pada setiap individu. Respon dapat berupa positif, negatif, ataupun keduanya. Persepsi yang dimiliki seseorang mengenai penampilan fisik mereka dan perasaan yang muncul dari persepsi tersebut mengenai diri sendiri dan berpusat pada “aku” disebut *self-concept* (Rogers, 2008). Perasaan yang muncul bisa positif, negatif ataupun keduanya dan ini dipengaruhi oleh diri sendiri ataupun lingkungan sekitar. Ketika perasaan yang muncul negatif maka akan muncul ketidakpuasan terhadap diri sendiri, dan secara tidak sadar seseorang dapat melakukan perubahan untuk meningkatkan penampilannya (Hawks, 2008).

Dapat dilihat pada iklan ataupun media promosi yang ditawarkan untuk kecantikan, cantik itu berarti berkulit putih, langsing, berambut hitam lurus, serta bertubuh tinggi semampai. Vera Itabiliana Hadiwidjojo (2015) mengatakan opini cantik memang sudah terbentuk sejak lama, dan hal ini tidak lepas dari peran media dengan konsep cantik secara standar di definisikan dengan langsing, putih dan tinggi. Jika kita menyimak sinetron remaja yang tayang menunjukkan sosok remaja putri yang eksis di sekolahnya dan mereka selalu di gambarkan sebagai sosok yang memiliki bentuk tubuh ideal, seperti tinggi, putih, langsing dan rambut yang menawan. Sedangkan remaja yang memiliki fisik gendut, pendek, hitam, akan menjadi bahan *bully* atau masuk sebagai sosok penghibur dalam cerita tersebut. Konsep diri seperti ini yang akan diikuti oleh kehidupan nyata anak muda zaman sekarang, tidak jarang status sosial dan penampilan sempurna menjadi prioritas utama. Maraknya berbagai hal yang dilakukan individu agar

dapat tampil menarik tidak terlepas dari faktor lingkungan. Konsep cantik yang telah ditampilkan dibawa ke dalam kehidupan nyata sehingga membuat individu berlomba mendapatkan bentuk fisik yang sempurna seperti idolanya.

Rogers (2008) mengatakan bahwa konsep diri merupakan penggabungan dari seluruh aspek dan pengalaman seseorang yang disadari oleh individu, pengalaman yang berhubungan dengan aku dan membedakan aku dengan orang lain. Motivasi orang yang sehat adalah untuk aktualisasi diri, jadi manusia yang sadar dan rasional tidak lagi dikontrol oleh peristiwa kanak-kanak tetapi juga dikontrol oleh masa sekarangnya. Aktualisasi diri yang tidak didapat oleh individu melalui pengalaman fenomenanya akan membentuk ketidak puasan sehingga menimbulkan rasa frustrasi, individu yang frustrasi akan berusaha mencari kepuasan mengenai dirinya untuk mendapatkan *self-regards*.

Setiap individu memiliki cara yang berbeda untuk mendapatkan kepuasan kecantikannya, dan setiap orang memiliki versi idealnya masing-masing sesuai dengan konsep dirinya karena itulah fokus pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep diri seseorang yang mengunjungi klinik kecantikan. Mengapa seseorang merasa bahwa dirinya perlu untuk mengunjungi klinik kecantikan? Dalam hal ini, banyak alasan dibalik seseorang rela mengeluarkan uang dan mengorbankan waktu bahkan merasakan sakit untuk menjalani *treatment* di klinik kecantikan. Karena itu dilakukanlah *survey* awal untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi seseorang untuk bisa mendapatkan penampilan yang *ideal*. Setelah melakukan *survey* dan menadapatkan masalahnya, peneliti akan membahas masalah tersebut dan mengaitkannya dengan konsep diri seseorang.

*Survey* awal dilakukan tanggal 8-12 Februari 2016. *Survey* awal dilakukan dengan cara mewawancarai dokter kecantikan yang bekerja di salah satu Klinik Kecantikan di daerah Cilegon yaitu Dokter L. Dokter L sudah 5 Tahun bekerja sebagai Dokter kecantikan. Beliau mengatakan banyak *problem* yang dialami oleh *klien* yang datang. Dari masalah keluarga dimana suami yang menuntut kecantikan istri, tuntutan pekerjaan sebagai *front runner* di perusahaannya, pergaulan di Jakarta yang menuntut kecantikan sebagai syarat utama berteman, persaingan di dalam pertemanan, keinginan menjadi cantik yang berdasarkan pada *virtual image*, konsep cantik yang berbeda-beda pada setiap *klien*, di satu sisi *klien* menganggap cantik adalah kurus, cantik adalah memiliki hidung mancung, cantik adalah memiliki dada yang besar, dan muka tirus serta lainnya. Menurut Dokter L masih banyak alasan lainnya mengapa para *klien* datang ke klinik kecantikan.

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh beberapa testimoni dari konsumen klinik kecantikan. Berikut ini adalah wawancara dengan R perempuan yang berusia 20 tahun. Berprofesi sebagai mahasiswi di salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta. R merasa tidak puas dengan keadaan dirinya yang dirasa kurang putih, tuntutan pacar membuat R mulai mencoba-coba melakukan beberapa cara agar terlihat lebih bersih dan putih. Awalnya R hanya menggunakan produk – produk kecantikan yang dijual bebas di pasaran seperti lulur yang ada di supermarket, sabun dan serum pemutih merek “mustika ratu”. Ternyata hasil yang didapat kurang memuaskan sehingga R lebih memilih melakukan suntik putih di salah satu klinik kecantikan. B adalah karyawan salah satu bank swasta bekerja sebagai *frontliner*. B merasa kecantikan adalah hal utama yang harus dimiliki oleh seorang yang bekerja di depan atau sebagai orang depan yang menghadapi *klien*. Sehingga B rela mengeluarkan dana lebih untuk menjalani beberapa tindakan

medis kecantikan seperti tanam benang pada pipi dan implan di hidung agar terlihat lebih mancung, menurut B hal ini menambah rasa percaya dirinya.

Disini peneliti semakin tertarik untuk mengetahui lebih lanjut lagi mengapa konsumen klinik kecantikan rela melakukan hal menyakitkan bagi dirinya dan mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk mengubah penampilannya. Penelitian ini akan dilakukan pada wanita yang mengunjungi klinik kecantikan merek apa saja. Penelitian bertempat di Jakarta dan Yogyakarta. Pemilihan ini didasari bahwa Jakarta dan Yogyakarta adalah pusat bisnis yang memiliki aktivitas beragam. Jakarta merupakan pusat perkembangan klinik kecantikan yang menjadi acuan bagi para konsumen kecantikan, dan di Yogyakarta konsumen juga bisa menemukan harga yang beragam dan banyaknya pilihan.

Pada penelitian sebelumnya, Permatasari (2011) mengenai kecantikan menjelaskan bahwa ada proses yang terjadi dalam pengambilan keputusan konsumen untuk memilih klinik kecantikan. Penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan keputusan memilih klinik kecantikan yang pertama kali dan yang selanjutnya. Disini juga akan menjelaskan bagaimana harapan konsumen pada perubahan dan perpindahan klinik kecantikannya.

Penelitian lainnya mengenai konsep diri pernah dilakukan oleh Ajeng Furida Citra dan Retnaningsih, mengenai *self-concept in early adolescence girls with obesity*. Dengan hasil penelitian bahwa *self-concept* terbentuk melalui pengalaman dan interaksi subjek yang diperoleh dari lingkungan dan dan bagaimana individu tersebut menafsirkan pengalaman tersebut, dan *self-concept* ini bisa berupa negatif ataupun positif.

Konsep diri pada pria metroseksual juga pernah di teliti oleh Marza Aprilia Hasandra, yang menjelaskan bagaimana konsep diri dan stigma masyarakat terhadap pria metroseksual di kota Surabaya? Hasilnya menunjukkan stigma yang bermacam-macam, pria metroseksual sering mendapat stigma sebagai pria yang tidak maskulin, atau lebih cenderung *feminin*, hal ini terbentuk akibat kebiasaan mereka yang selalu merawat diri, juga berbelanja hal yang tidak sepatutnya dilakukan oleh laki-laki.

Erli Ermawati dan Indriyati (2011) melakukan penelitian mengenai “hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja”, dan dari penelitian ini disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara *self-concept* dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi *self-concept* maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif dan sebaliknya.

Penelitian mengenai konsep diri juga pernah dibahas oleh Eka Hajar, Martha Tri Lestari dan Kharisma Nasionalita. Membahas mengenai “konsep diri wanita *gym freak* mengenai kecantikan”. Dimana gaya hidup berupa kegiatan olah raga atau yang biasa disebut dengan *fitness*, dan mereka yang melakukan olah raga *fitness* ini disebut sebagai *gym freak*. Hasil dari penelitian ini adalah para wanita *gym freak* tersebut memiliki konsep diri yang sehat dan konsep diri tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yaitu *significant others*, *reference group*, dan *new media*.

Penelitian lainnya mengenai *self-concept* yang dilakukan oleh Fahemeh Akhlaghi, Ali Zadehmohammad, Zohreh Ahmadabadi, dan Geytar Maleki yang berjudul “*effect of cosmetic surgery on self-concept and self esteem*” menghasilkan hasil studi bahwa *self-esteem* dari responden meningkat setelah operasi namun *self-conceptualization* mereka tidak ada kemajuan yang berarti.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep diri mempengaruhi rasa ketidakpercayaan diri pada setiap individu, citra diri dapat memicu rasa rendah diri sehingga seseorang akan berusaha melakukan perubahan pada dirinya untuk membentuk diri yang lebih ideal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam alasan konsumen memilih menggunakan klinik kecantikan untuk mengubah dirinya menjadi lebih ideal. Dengan harapan dapat memberikan manfaat teoritis penelitian, seperti sumbangan dan wawasan pengetahuan dalam bidang psikologi serta diharapkan kajian teoritis dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian lainnya lebih lanjut. Di sisi lain manfaat praktis yang di dapat dalam penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan informasi yang luas mengenai segi positif dan negatif dalam melakukan tindakan di klinik kecantikan.

### **Konsep Diri**

Pengalaman yang membedakan diri kita sendiri dengan orang lain disebut dengan konsep diri. Adanya konsep diri ini menunjukkan bahwa individu mampu mengaktualisasikan diri dan menunjukkan kepada lingkungan bagaimana diri yang sebenarnya. Konsep diri adalah suatu gambaran tentang bagaimana pendapat orang lain mengenai diri kita serta apa yang kita pikirkan, juga seperti apa diri kita yang kita inginkan. Hal ini merujuk kepada pandangan individu mengenai siapa diri nya, dan hal tersebut dapat diperoleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada individu tersebut (Burns, 2011).

Konsep diri yang berbeda diungkapkan oleh Hurlock (2008), menurutnya konsep diri adalah gabungan dari keyakinan yang dipunya individu terhadap diri mereka sendiri. Keyakinan yang dipunya ini meliputi berbagai hal seperti



psikologis, sosial, emosional, karakteristik fisik , aspirasi dan prestasi. Keyakinan terhadap karakteristik yang kita miliki tidak harus di dapatkan dari orang lain yang memberikan informasi. Kita bisa mengolah dan memperdalamnya sendiri menjadi sebuah kepribadian yang khas pada diri kita. Bisa saja kita menganggap diri kita cantik, pintar, sederhana, tampan, baik, ataupun semua hal yang menjadi kepercayaan diri kita sendiri.

Rogers (dalam Alwisol, 2005) mengatakan bahwa konsep diri merupakan konsep yang menyeluruh dan ajeg serta terorganisir dengan persepsi tentang “i” atau “me” (aku sebagai subjek atau aku sebagai objek) dan persepsi hubungan ‘i’ dengan orang lain sebagai aspek kehidupan. Konsep diri menggambarkan tentang dirinya sendiri, dan juga menggambarkan tentang gambaran diri dan kaitannya dengan kehidupan. Menurut Rogers motivasi orang sehat adalah aktualisasi diri, jadi manusia sadar dan rasional tidak lagi dikontrol oleh masa lalu, Rogers melihat pada masa sekarang dan dia berpendapat bahwa masa lalu memang akan mempengaruhi kepribadian seseorang, namun masa sekarang juga mempengaruhi kehidupan dan kepribadian manusia. Pada dasarnya tingkah laku merupakan usaha yang berarah tujuan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan mengaktualisasi diri dalam medan fenomenanya.

Pengertian konsep diri lainnya diungkapkan oleh Song dan Hattie (dalam Hurlock, 2008) yang menyebutkan konsep diri terbagi menjadi konsep diri akademis dan non akademis. Disini konsep diri non akademis dibedakan menjadi konsep diri sosial dan *self-appearance*. Sehingga konsep diri secara umum dibedakan menjadi konsep diri akademis, konsep diri sosial dan *self-appearance*.

Sehingga dari uraian di atas dapat dihasilkan kesimpulan bahwa konsep diri merupakan semua pandangan mengenai diri yang meliputi aspek fisik, aspek

sosial, dan aspek psikologis, hal ini terbentuk dari pengalaman masa lalu serta interaksi dengan orang lain. Hal ini menjadikan konsep diri sebagai segala hal yang diketahui mengenai diri sendiri, mengenai semua yang dipercayai, dan hal-hal yang telah terjadi dalam hidup.

Aspek konsep diri, Staines (dalam Burns, 2011) menjelaskan ada tiga aspek konsep diri, yaitu :

1. Konsep diri dasar. Aspek ini menunjukkan bagaimana pandangan individu terhadap status dirinya, peranan, dan kemampuan dirinya.
2. Diri sosial. Aspek ini menunjukkan diri yang diyakininya, kemudian bagaimana orang lain melihat dan menilai individu tersebut.
3. Diri ideal. Aspek ini menunjukkan bayangan mengenai pribadi yang diinginkan oleh individu tersebut, ada yang berupa keinginan dan ada yang berupa sebuah keharusan.

Hurlock (2008) mengungkapkan dua aspek konsep diri, yaitu :

1. Fisik. Aspek ini meliputi konsep yang di punya individu mengenai penampilannya, keserasian dengan lawan jenis kelamin, dan pentingnya bentuk tubuh, serta bagaimana individu memiliki rasa minder di hadapan orang lain yang disebabkan oleh kurangnya keadaan fisik. Beberapa hal penting yang berkaitan dengan keadaan fisik adalah *power of attraction* dan bagaimana individu berpenampilan di hadapan orang lain. Individu yang merasa memiliki fisik yang menarik cenderung akan mendapat respon sosial yang menyenangkan, dan lingkungan sekitar yang positif akan membentuk konsep yang positif juga bagi individu.
2. Psikologis. Aspek ini terbentuk berdasarkan psikologis individu, seperti rasa percaya diri, *self-esteem*, *capability* dan *non-capability* individu.

Penilaian individu terhadap lingkungannya yang disadasari oleh psikologisnya akan berpengaruh pada rasa percaya diri dan harga dirinya. Individu yang merasa *capable* akan lingkungannya maka dia akan mengalami peningkatan rasa percaya diri dan harga diri, sedangkan individu yang merasa *non-capable* akan merasa rendah diri sehingga cenderung terjadi penurunan harga diri.

Berzonsky (dalam Sandhaningrum, 2009) mengungkap aspek konsep diri sebagai:

1. Aspek fisik, yaitu bentuk penilaian individu terhadap keadaan fisiknya, seperti bentuk tubuhnya, bagaimana kesehatannya dan pakaian ataupun penampilan dirinya.
2. Aspek sosial, yaitu bentuk individu dalam peranan sosial yang meliputi hubungan antara individu dan keluarga serta hubungan individu dengan lingkungan sekitarnya.
3. Aspek moral, bentuk individu dalam memandang nilai dan etika moral dirinya sendiri yang terbentuk oleh kejujuran dan tanggung jawab atas apa yang dilakukan individu tersebut. Kemudian ada nilai-nilai moral dan religiusitas serta prinsip yang terkandung dalam kehidupan dan lingkungan sosial individu.
4. Aspek psikis, meliputi pikiran, perasaan dan sikap yang dimiliki individu terhadap dirinya sendiri.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek konsep diri meliputi : (a) *Self-Ideal* (diri ideal) sebagai sosok yang paling diinginkan, berupa standar terhadap diri sendiri dan harapan pribadi yang terbentuk bagi diri sendiri sehingga membentuk motivasi terhadap diri yang sesuai dengan lingkungannya. (b) *Self-Image* (citra diri) menunjukkan pandangan seseorang terhadap diri nya

sendiri dari segi fisik ataupun psikologis nya, hal ini juga tidak lepas dari bagaimana lingkungan memandang dirinya, (c) *Self-Esteem* (jati diri) Berupa penilaian individu terhadap dirinya yang bersifat subjektif dan menghasilkan sikap positif ataupun negatif. Hal ini berhubungan langsung dengan kehormatan diri nya.

### **Konsumen Klinik Kecantikan**

Pemahaman tentang kegiatan mengkonsumsi barang ataupun jasa yang terjadi pada individu tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi sebagian besar dari hal itu didasari oleh keinginan individu itu sendiri. Menurut Solomon (2007) perilaku konsumsi adalah sebuah proses kegiatan yang melibatkan individu atau kelompok pada saat memilih, membeli, menggunakan atau membuang produk jasa, gagasan atau pengalaman dan hal ini terjadi dengan tujuan pemuas kebutuhan dan keinginan. Menurut Schiffman (2007), perilaku konsumen adalah perilaku yang menunjuk individu untuk mencari dan membeli, serta menggunakan hingga mengevaluasi sebuah produk dan jasa yang pada akhirnya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan. Dahlan (2003) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif adalah kegiatan yang ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan serta memberikan kepuasan ataupun kenyamanan fisik yang besar, sehingga hal ini menjadi terpolat dan dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan., serta pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memnuhi hasrat kesenangan semata.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu sangat berpotensi menjadi konsumtif, hal ini berkaitan dengan kesenangan, keinginan sesaat, kepuasan fisik yang bukan didasari faktor kebutuhan. Sehingga dari uraian

di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian yang berbeda-beda dan mendorong individu untuk lebih memenuhi kebutuhannya dan dianggap mampu memberikan kepuasan.

### **Kerangka Pemikiran**

Memberikan pengertian tentang kecantikan sangat sulit, karena menurut Khoirun Nikmah (2016) kecantikan identik dengan keindahan fisik (*outer beauty*) dan kepribadian (*inner beauty*). Kondisi ini menyangkut estetika yang mengandung unsur objektif dan subjektif. Kecantikan juga merupakan bagian dari simbol, karena itu dikatakanlah bahwa tubuh manusia awalnya adalah tubuh alami (*natural body*), kemudian dibentuk menjadi tubuh sosial (Abdullah, 2006).

Cantik secara fisik menjadi bagian yang paling penting bagi perempuan di zaman modern ini, pernyataan itu paling sering di dengar di berbagai kesempatan, baik oleh perempuan ataupun laki-laki. Padahal konsep cantik itu relatif, karena cantik bagi diri sendiri itu belum tentu cantik bagi orang lain. Masing-masing punya standar yang berbeda mengenai kecantikan. Vera Itabiliana Hadiwidjojo (2015) mengatakan bahwa remaja rela melakukan apa saja untuk mendapatkan penampilan yang ideal, dari sini mereka dianggap memiliki sebuah *problem* atau masalah, apakah itu rasa percaya diri yang kurang, dari tuntutan pekerjaan, sosialitas, dan ketidakpuasan terhadap diri ataupun hal lainnya.

Perubahan fisik dialami oleh setiap orang yang beranjak dewasa, di dalam perubahan ini tentunya akan muncul kepuasan atau ketidakpuasan, kepuasan atas perubahan diri seseorang akan membentuk konsep diri yang positif, sebaliknya ketidakpuasan yang dirasakan seseorang akan merubah persepsi dan membuat penilaian negatif terhadap dirinya. Bentuk ketidakpuasan terhadap perubahan diri lebih sering dikaitkan dengan wanita daripada pria karena wanita cenderung lebih

memperhatikan penampilannya (Suryani, 2005). Perubahan fisik yang dialami wanita terutama pada masa remaja menghasilkan persepsi yang berubah-ubah mengenai dirinya, namun hampir selalu bersifat negatif dan menunjukkan penolakan terhadap fisiknya. Banyak hal yang membuat remaja tidak dapat menerima keadaan dirinya antara lain tinggi badan, berat badan, warna kulit, susunan gigi, jenis rambut dan jerawat. Penelitian mengenai konsep diri sudah banyak dilakukan di berbagai negara, dengan berbagai macam sampel kelompok umur dan status sosial, ketidakpuasan seseorang akan dirinya bisa muncul karena dirinya telah memiliki konsep diri yang ideal sesuai dengan apa yang ada di dalam pikirannya, namun dirinya merasa belum bisa memenuhi kriteria tersebut (Cash, 2005).

Honingman dan Castle (2012) dalam bukunya yang berjudul *living with your look* mendefinisikan *self-concept* sebagai gambaran watak seseorang terhadap dirinya tentang bentuk tubuh dan bagaimana individu mempersepsikan ataupun memberikan penilaian terhadap apa yang dipikirkannya mengenai bentuk tubuh dan ukuran dirinya, serta bagaimana orang memberikan penilaian terhadap dirinya. Dalam penelitian ini *self-concept* diartikan sebagai bentuk ukuran yang sempurna dan paling *ideal* yang diinginkan seseorang. Dimana *self-concept* dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri dan budaya yang sangat bervariasi, karena itulah ada perbedaan bentuk *ideal* diantara individu. Dengan adanya standar *ideal* dan perubahan fisik yang dialami seseorang hal ini membuat individu cenderung ingin merubah penampilannya menjadi lebih *ideal*, sehingga individu mempengaruhi diri dan membuatnya rela mengorbankan materi untuk mendapatkan bermacam-macam *treatment* ataupun pengobatan di klinik kecantikan untuk mendapatkan penampilan yang *ideal* menurut dirinya tadi.

Perilaku konsumtif ini adalah tindakan dimana seseorang menggunakan produk dan jenis barang lain karena merasa dirinya membutuhkan hal itu dan biasanya pembelian dilakukan secara tidak tuntas, atau belum selesai contohnya adalah dengan penggunaan produk A yang belum tuntas sedangkan konsumen sudah tidak sabar mencoba produk B (Sumartono, 2002).

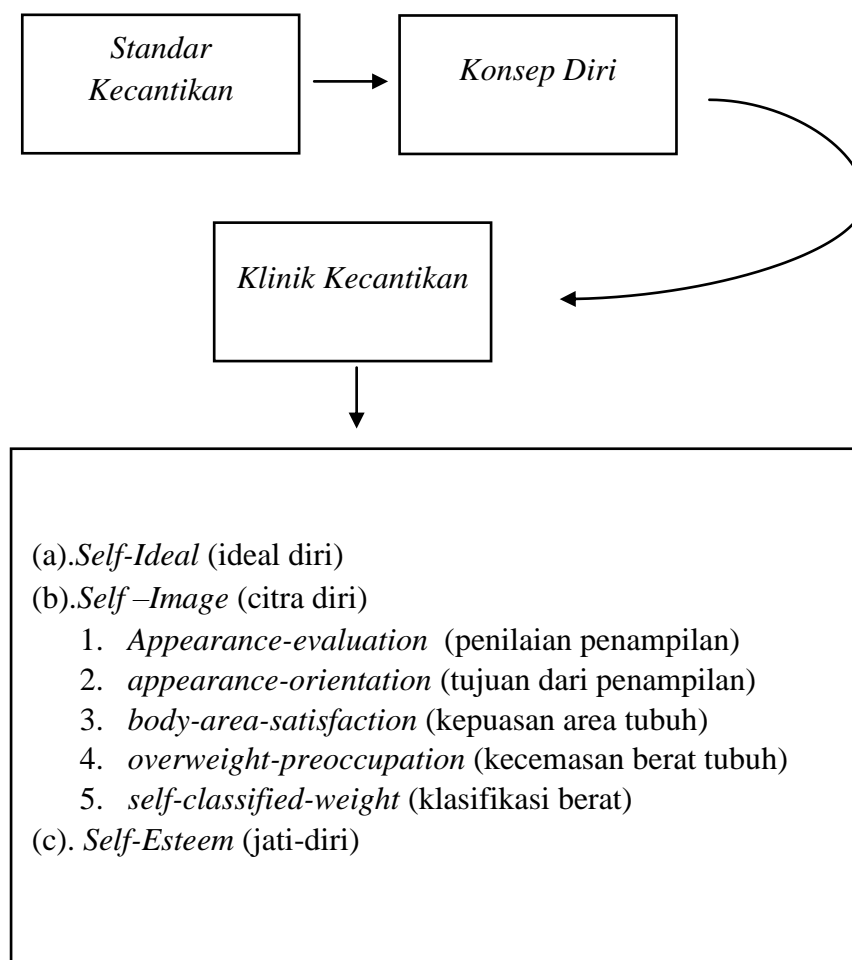
Dengan melakukan *treatment* di klinik kecantikan individu berharap bisa tampil lebih cantik, dan menarik yang akhirnya dapat berpengaruh pada penilaian orang lain terhadap tubuhnya. Dengan kata lain klinik kecantikan mempengaruhi penilaian terhadap *self-concept* seseorang. *Self-concept* adalah penilaian dan persepsi seseorang tentang tubuh mereka sendiri secara keseluruhan. Konsep diri merupakan “*part of life experiences*” yang disimbolkan sebagai bayangan tentang diri yang mengatakan “apa dan siapa aku sebenarnya?” dan “apa yang sebenarnya harus saya perbuat?”. Jadi *self-concept* adalah kesadaran batin yang tetap, mengenai pengalaman yang berhubungan dengan aku dan membedakan aku dari yang bukan aku (Rogers dalam Alwisol 2005).

Menurut Rogers (dalam Alwisol, 2005) motivasi orang sehat adalah aktualisasi diri, jadi manusia sadar dan rasional tidak lagi dikontrol oleh masa lalu, Rogers melihat pada masa sekarang dan dia berpendapat bahwa masa lalu memang akan mempengaruhi kepribadian seseorang, namun masa sekarang juga mempengaruhi kehidupan dan kepribadian manusia. Pada dasarnya tingkah laku merupakan usaha yang berarah tujuan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan mengaktualisasi diri dalam medan fenomenanya.

Konsep diri terbagi menjadi dua yaitu konsep diri *real* dan konsep diri *ideal*, Rogers (Alwisol, 2005) mengenalkan dua konsep dari *self-concept* yaitu *incongruence* yang menjadi ketidak cocokan antara *self* yang dirasakan dalam diri

berupa pengalaman namun disertai dengan pertentangan batin, kedua adalah *congruence* yang memiliki arti sebagai pengalaman dalam diri yang kemudian diungkapkan dengan baik sehingga menjadi konsep yang utuh. Dengan pengertian, jika individu dapat mengembangkan kemampuannya agar dapat berfungsi maksimal sesuai dengan norma yang berlaku maka akan muncul *self-positive* dari dirinya, hal ini bersifat *unconditional*, sebaliknya apabila potensinya tidak terpenuhi maka individu akan mengembangkan potensi bersyarat, sehingga dia akan mudah merasa bersalah dan merasa tidak berharga.


Dari uraian diatas dapat digambarkan dengan *figure* sebagai berikut :



Gambar 1. *Figure* Konsep Diri



**Keterangan :**

- = mempengaruhi  
 = mengunjungi  
 ↓ = untuk mendapatkan

Indonesia adalah negara dengan beragam suku yang punya berbagai budaya dan grafis yang berbeda-beda. Perbedaan itu berlanjut pada pemaknaan kecantikan. Saat ini pemaknaan cantik menjadi general seakan menjadi lupa akan realitas bahwa Indonesia adalah negara yang beragam. Standar wanita tentang kecantikan tidak bisa dilepaskan dari konstruksi media akan makna dari kecantikan tersebut. Media menampilkan standar kecantikan yang setiap hari dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia melalui konten media dan juga iklan.

Muzayin Naszzarudin (dalam Nelly & Ade, 2011) mengatakan bahwa cantik menurut media adalah kurus, langsing, putih, berambut lurus hitam panjang, modis dan selalu menjaga penampilan, serta rutin melakukan perawatan tubuh agar terlihat lebih awet muda. Nelly dan Ade (2011) mengatakan bahwa konsep kecantikan yang ada pada masa ini adalah konsep kecantikan yang dibentuk oleh media, dan saat ini konsep kecantikan budaya masyarakat telah mengalami pergeseran akibat pengaruh media. Masyarakat cenderung setuju dengan konsep kecantikan yang disampaikan media, di mana cantik itu harus berkulit putih, bertubuh langsing, berambut panjang, bertubuh tinggi dan sebagainya. Konsep kecantikan yang berkembang di budaya masyarakat Indonesia adalah cantik adalah perempuan yang memiliki kulit putih, berambut lurus panjang dan berwarna hitam, bertubuh langsing, berwajah oval, berhidung mancung, beralis tebal, berbulu mata lentik, bermata besar, bibir merah, tanpa selulit, bersih dari bulu, bebas flek hitam, jerawat dan kerutan.

Di era modern ini standar kecantikan menjadi lebih beragam. Media dan arus globalisasi memberikan celah untuk masuknya berbagai pemahaman cantik, seperti cantik ala Korea dan cantik ala Eropa. Untuk mendapatkan kecantikan tersebut banyak yang menghabiskan waktu di klinik kecantikan sehingga mencapai target cantik sesuai yang di konstruksikan media.